



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2018

---

## **Programme für Diversität sind Opium für die Frau**

Rost, Katja

Other titles: Die Diversitäts-Programme in den Unternehmen sind Opium für die Frau. Moderne Firmen engagieren sich mit grossem Tamtam für die Durchmischung. Das sieht gut aus, ändert im Alltag aber wenig

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-161872>

Newspaper Article

Originally published at:

Rost, Katja. Programme für Diversität sind Opium für die Frau. In: NZZ am Sonntag, 25 November 2018, 1.



Meinungen

**Programme für Diversität sind Opium für die Frau; Gastkolumne; Moderne Firmen engagieren sich mit grossem Tamtam für die Durchmischung. Das sieht gut aus, ändert im Alltag aber wenig**

**Katja Rost**

597 Wörter

25 November 2018

NZZ am Sonntag

NEUZZS

Deutsch

Copyright 2018. Besuchen Sie die Website der führenden Schweizer Internationalen Tageszeitung unter

**Katja Rost**

Google stand schon vor einiger Zeit in der Kritik, frauenfeindlich zu sein. Aber erst die jüngsten Mitarbeiterproteste rückten das Thema wieder in den Vordergrund. Dies ist insofern erstaunlich, weil das Unternehmen seit einigen Jahren viel Kraft und Geld in seine Diversitäts- und Inklusionspolitik steckt. Neuerdings beschäftigt Google sogar eine Konzernbeauftragte und Vizepräsidentin für Diversität und Inklusion. Nur: Die Zahlen von Google haben sich trotz diesen Bemühungen nur unerheblich verändert.

In Googles Jahresbericht zu Diversität und Inklusion ist nachzulesen, dass der Anteil an Frauen mit 30 Prozent und der Anteil an Schwarzen mit 2 Prozent seit 2014 unverändert geblieben seien. Auch in den Führungs- und Technologiepositionen ist der Anteil der Minderheiten kaum gestiegen. Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat von Google und Alphabet (die Holding von Google) bestehen fast ausschliesslich aus weissen Männern. Letzteres wird im Jahresbericht aus verständlichen Gründen verschwiegen. Es wäre ja auch peinlich. Die Autorin des Diversitätsberichts führt zwar als «VP Employee Engagement and Chief Diversity & Inclusion Officer» einen wichtig klingenden Titel, sie gehört aber weder der Geschäftsleitung an, noch verfügt diese Beauftragte über bedeutungsvolle Entscheidungsbefugnisse.

Aber trotz ernüchternden Zahlen präsentiert sich Google im 22-seitigen Diversitätsreport als Erfolgsgeschichte einer toleranten Firmenkultur: Manager und Angestellte würden in Workshops gegen unbewusste Wahrnehmungsverzerrungen gegenüber Frauen und Minderheiten geschult, heisst es, Minderheiten in Talentgewinnungsprogrammen an Schulen frühzeitig angesprochen. Zudem setze man sich für Behinderte, sexuelle Minderheiten und ältere Personen ein. Sogar die Zulieferer von Google entsprächen den Kriterien der Vielfalt.

Google ist kein Einzelfall. Alle grossen Firmen besitzen mittlerweile Diversitätsrichtlinien und -berichte. Gebracht haben sie wenig. Der Anteil an Frauen und Minderheiten in Unternehmen und Führungsetagen ist nach wie vor gering. Im Gegenzug hat man viel Papier, eine enorme Anzahl neuer Stellen und Abteilungen sowie wachsenden Missmut gegenüber der expandierenden Anzahl neu zu berücksichtigender Richtlinien produziert. Warum scheitert Diversität in den Unternehmen?

Erstens entspringen die Programme selten dem freiwilligen Wunsch der Unternehmensleitung nach mehr Vielfalt. Sie sind eher die Folge öffentlichen und politischen Drucks. Erfolgreiche Unternehmen müssen gesellschaftlichen Wertvorstellungen entsprechen. Mit der Einführung von Diversitätsrichtlinien präsentieren sich die Firmen als vielfältig und tolerant. Abgesehen davon glauben nur die wenigsten in der Geschäftsleitung an die Nützlichkeit der Programme für den Unternehmenserfolg. An der Umsetzung ist das Spitzenmanagement selten beteiligt. Es fehlt das Interesse. Die Programme erhalten kaum Sympathiepunkte bei gleichgestellten Kollegen, eine Assoziierung gilt tendenziell als rufschädigend.

Zweitens beauftragt man Frauen und Minderheiten mit der Formulierung und Umsetzung der Programme. Vordergründig dient dies der Glaubwürdigkeit von Diversität. Hintergründig ist dies eine Folge des geringen Ansehens der Programme in den Leitungsetagen. Hierdurch verfestigt sich das Vorurteil, dass Frauen und Minderheiten sonst nichts draufhaben.

Drittens sorgt man dafür, dass die für Diversität Verantwortlichen im Tagesgeschäft wenig zu sagen haben, etwa indem diese nur Stabstellen besetzen oder maximal der erweiterten Geschäftsleitung angehören.

Diversitätsprogramme wirken genau so, wie sie das nach Meinung vieler sollen: nach innen zahnlos, nach aussen strahlend.

Viertens wird der Begriff der Diversität verwässert. Unter dem Motto «Alle Menschen sind verschieden» werden Merkmale, die zu einer Diskriminierung führen, wie Geschlecht oder Ethnie, ebenbürtig behandelt wie Unterschiede beim persönlichen Geschmack. Zusammengezählt ergibt sich daraus der ideale Arbeitsplatz. Diversitätsprogramme werden hierdurch zunehmend ungleichheitsblind.

Unternehmen könnten sich Aufwand und Ärger somit eigentlich sparen. Aber: Die Diversitätsprogramme sind Opium für Frauen und Minderheiten. Sie geben ihnen das Gefühl, berücksichtigt zu werden und wichtig zu sein. Und genau auf dieses Gefühl baut die Unternehmensleitung.

**Katja Rost** ist Soziologieprofessorin an der Universität Zürich.



Dokument NEUZZS0020181125eebp0001a

#### Zusammenfassung der Suche

Text	katja rost
Datum	In den letzten 3 Monaten
Quelle	Alle Quellen
Autor	Alle Autoren
Unternehmen	Alle Unternehmen
Thema	Alle Themen
Branche	Alle Branchen
Region	Alle Regionen

Sprache	Deutsch
Gefundene Ergebnisse	13
Zeitstempel	28 Januar 2019 10:19